

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah upaya umat Muslim dalam mengkomunikasikan nilai-nilai Islam kepada warga. Ini mencakup seruan, ajakan, pengingat, serta penyebaran ajaran agama Islam secara efisien serta bertanggung jawab. Aktifitas ini dicoba dengan pemahaman penuh serta bermacam pendekatan, baik secara pribadi ataupun dalam kelompok, yang disesuaikan dengan keadaan serta suasana audien, dengan tujuan buat tingkatkan kebahagiaan serta keselamatan di dunia maupun di akhirat.¹ Al- Quran memberikan petunjuk tentang metode melaksanakan dakwah dengan tata cara tertentu, semacam yang tercantum dalam surah An- Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِّ لَهُمْ بِأَلَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۱۲۵

Yang artinya “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang

¹ Siti Uswatun Khasanah, “Berdakwah Dengan Jalan Debat Antara Muslim Dan Non Muslim” (Yogyakarta, STAIN Purwokerto Press, 2007), hlm. 134.

tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (QS. An-Nahl:125).²

Komunikasi merupakan proses di mana pesan di informasikan dari komunikator kepada komunikan guna pengaruhi sikap. Dalam konteks dakwah, komunikasi bertujuan guna mengajak serta membimbing orang supaya memahami dan menjalankan ajaran Islam dalam kehidupan mereka sehari-hari, sesuai dengan perintah Allah SWT.

Disaat ini, dakwah tidak cuma dilakukan oleh para da'i, tapi juga di informasikan lewat bermacam media massa semacam majalah, koran, radio, lagu, tv, bahkan film. Tujuannya adalah guna melindungi umat Muslim dari pengaruh tidak baik informasi pada masa globalisasi ini. Sekarang ini, terjadi perkembangan pada penggunaan media untuk berdakwah lewat film sebagai media komunikasi. Para pembuat film kini mengintegrasikan pesan dakwah dalam cerita mereka untuk menyampaikannya secara lebih menarik, efisien, dan berhasil. Film-film yang mengusung tema dakwah atau religi saat ini banyak tersebar di Indonesia dan dapat dinikmati oleh semua golongan masyarakat. Kehadiran film-film ini tidak hanya untuk mengurangi paparan informasi negatif kepada penonton, tetapi juga memberikan nilai-nilai positif dalam kehidupan serta berperan sebagai alat dakwah yang bermanfaat..

² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahnya* (Semarang: PT.Karya Toha Putra, 2004), hlm. 238.

Film merupakan salah satu media penting dalam dakwah untuk menyampaikan pesan-pesan penting. Film memiliki fungsi edukatif dan instruktif yang dapat mencakup berbagai tingkat, dari yang sederhana hingga yang ilmiah. Penilaian terhadap film dilakukan berdasarkan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Film yang mengintegrasikan pendidikan dan instruksi mampu mencapai berbagai lapisan masyarakat. Palapah dan Syamsudin menganggap film sebagai media massa yang mengkombinasikan gambar bergerak dan kata-kata.³ Ini adalah gabungan antara drama yang menggugah tingkah laku dan emosi, memberikan pengalaman yang menyeluruh bagi penonton melalui indra penglihatan dan pendengaran dalam suasana yang penuh nuansa antara kegelapan dan cahaya.⁴

Saat ini, dunia perfilman telah mulai menghadirkan cerita yang disukai masyarakat baik melalui televisi maupun saluran khusus yang menampilkan film-film bernuansa dakwah. Film ini bukan hanya diminati oleh umat Muslim, tapi juga menarik bagi masyarakat non-Muslim.

Film dengan cerita dakwah memberikan kedekatan emosional bagi penonton dan mencerminkan realitas kehidupan masyarakat Indonesia. Di antara berbagai genre film, ada yang menghadirkan konsep film pendek. Film pendek merupakan suatu film yang sederhana namun punya kedalaman yang kompleks.

³ Muhammad Zaini, "Komunikasi Dakwah Dalam Film Pendek Cinta Subuh 3" (Dakwah dan Ilmu Komunikasi, March 27, 2018), hlm 34. <https://idr.uin-antasari.ac.id/9844/>.

⁴ Drs. AW. Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hlm. 84.

Secara prinsip, film pendek bukan sekedar versi yang dipangkas dari film cerita panjang, atau hanya sebagai latihan bagi mereka yang baru memasuki industri film. Film pendek memiliki karakteristik unik yang jadi pembeda dari film panjang, bukan karena pembatasan dalam makna atau kesederhanaan produksi juga anggaran yang lebih rendah.⁵

Film pendek yang sering diputar di televisi atau saluran khusus, dan juga di platform alternatif, memberikan pesan dakwah yang sangat berharga dan mendidik bagi masyarakat, terutama remaja salah satunya adalah film pendek Karya Teropong Community, yang merupakan salah satu unit kegiatan mahasiswa (UKM) yang berada dibawah naungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. Dalam setiap program kerjanya Teropong Community mempunyai visi misi berdakwah melalui film, dalam setiap periode kepengurusannya proker ini terus berjalan membuat film sebagai media dalam berdakwah yang mana hasil film-film tersebut akan ditayangkan pada agenda bioskop kampus.

Dari film pendek yang dibuat oleh Teropong Community sebagai media berdakwah melalui film ini sangat baik untuk ditonton karena selain sebagai media dalam berdakwah dan juga menjadi agenda tayangan bioskop kampus dalam setiap tahunnya yang menjadi daya tarik, tentunya banyak yang bisa kita ambil manfaatnya bagi orang-orang yang menyaksikannya, baik itu dari sisi

⁵ randi Desman Putra, "Analisis Semiotik Pesan Moral dalam Film 'Sebelum Pagi Terulang Kembali'" (skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2017), hlm 45. <https://doi.org/10.10.20BAB%20V.pdf>.

cerita kehidupannya, akhlak maupun pesan moral, dan banyak lagi hal yang bisa dijadikan sebagai pelajaran.

Berdasarkan informasi tersebut, penulis berminat untuk mengkaji tentang komunikasi dakwah yang dipresentasikan dalam film pendek yang dibuat oleh Teropong Community. Penelitian ini akan dijabarkan dalam sebuah karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul: "Komunikasi Dakwah dalam Film Pendek Produksi Teropong Community".

B. Rumusan Masalah

Dalam studi ini, peneliti memusatkan perhatian pada komunikasi dakwah yang terdapat dalam adegan film pendek tersebut, khususnya pesan-pesan yang disampaikan dalam adegan tersebut. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk komunikasi dakwah yang disajikan dalam film pendek yang diproduksi oleh Teropong Community?
2. Apa pesan dakwah yang disampaikan dalam film pendek yang diproduksi oleh Teropong Community?

C. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memberikan pemahaman :

1. Bentuk komunikasi dakwah yang ada dalam film pendek produksi Teropong Community.
2. Pesan dakwah yang terdapat pada film pendek produksi Teropong Community.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis
 - a. Hasil penelitian ini akan menambah wawasan dalam literatur mengenai studi komunikasi dakwah, terutama dalam memahami berbagai makna yang tersirat dalam film pendek yang dibuat oleh Teropong Community.
2. Manfaat Praktis
 - a. Harapan penulis penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang komunikasi dakwah melalui media film, serta mendorong mereka untuk lebih kritis dalam memilih film yang memiliki nilai dan kualitas yang baik untuk ditonton.
3. Manfaat teoritis

Studi ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan baru dalam literatur akademis terkait dengan program studi komunikasi dan penyiaran Islam, serta bagi seluruh komunitas akademik di fakultas dakwah dan ilmu komunikasi. Khususnya, studi ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan bidang komunikasi dakwah dan penyiaran Islam.

E. Definisi Operasional

Untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang terminologi yang digunakan dalam judul skripsi ini, penulis menjelaskan beberapa ide tentang penggunaan bahasa dalam merumuskan judul penelitian ini. Beberapa ide yang diterapkan sebagai berikut.

1. Komunikasi dakwah yang dibatasi peneliti adalah bentuk komunikasi dakwah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist sebagai sumber utama yang dimaksud antara lain Qaulan Ma'rufa (perkataan yang baik), Qaulan Sadida (perkataan yang tegas dan benar), Qaulan Layyina (perkataan yang lemah lembut), Qaulan Maisura (perkataan yang mudah), Qaulan Baligha (perkataan yang mudah dan dapat dimengerti).
2. Pesan Dakwah adalah panduan hidup bagi manusia yang berakar dari Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama yang mencakup keyakinan (aqidah), prinsip-prinsip hukum Islam (syariah), serta tata cara berperilaku yang baik (akhlak), dengan berbagai disiplin ilmu yang berkembang darinya.⁶
3. Film adalah bentuk media audio visual yang menarik pemerhati banyak orang karena kemampuannya menghadirkan adegan yang terasa hidup serta menggabungkan berbagai elemen seperti suara, gambar, kostum, dan pemandangan yang menakjubkan. Dengan variasi durasi yang berbeda-beda, film memiliki daya tarik yang bisa memuaskan penonton.

⁶ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah* (akarta Logos Wacana Ilmu, 1997, hlm. 85).

Kemampuan film dalam menggambarkan gambar dan suara memberikan daya tarik tersendiri.

Secara umum, media ini digunakan untuk keperluan hiburan, dokumentasi, dan pendidikan. Film dapat menyajikan informasi, memvisualisasikan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, serta mempengaruhi sikap.⁷

Studi ini bertujuan untuk mengenali, mengevaluasi, dan membedakan berbagai bentuk komunikasi dakwah serta pesan yang disampaikan dalam film pendek yang diproduksi oleh Teropong Community. Hal ini mencakup analisis teks dialog dan visual, yang diklasifikasikan berdasarkan kategorinya masing-masing.

Dalam penelitian ini, Ada dua film pendek dari karya Teropong Community yang dipilih peneliti untuk melakukan penelitian yaitu film yang berjudul *Mimpi Kuliah* dan *Dannen*. Kedua film ini memiliki kesamaan dalam jenisnya sebagai film pendek dan dalam genre yang sama, yang mengeksplorasi perspektif ilmiah.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya merupakan usaha para peneliti untuk menemukan perbandingan dan juga untuk menginspirasi penelitian lanjutan.

⁷ Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran, Edisi 6* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2005).

Selain itu, studi sebelumnya membantu dalam memposisikan penelitian dan menunjukkan keorisinilan dari penelitian yang dilakukan.

Di bagian ini, peneliti mencatat temuan dari berbagai penelitian sebelumnya yang relevan dengan studi yang sedang direncanakan, dan kemudian merangkumnya secara singkat, termasuk penelitian yang telah dipublikasikan. Langkah ini bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana keunikan dan posisi penelitian yang akan dilakukan. Studi yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini mencakup:

1. Penelitian oleh Wina Purnamasari dengan judul "*Film Jilbab Traveler Love Sparks In Korea Dalam Analisis Komunikasi Dakwah*", Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2019.⁸ Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengeksplorasi pesan dakwah yang disampaikan dalam film beserta dampaknya. Untuk mencapai pemahaman yang mendalam dan komprehensif, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode analisis isi (content analysis) digunakan untuk menganalisis data yang terdokumentasi dalam rekaman, termasuk gambar, suara, dan teks. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film "Jilbab Traveler: Love Sparks in Korea" mengkomunikasikan pesan tentang aqidah, syariah, dan akhlak, serta memiliki dampak kognitif.

⁸ Wina Purnamasari, "Film Jilbab Traveler: Love Sparks In Korea dalam Analisis Komunikasi Dakwah" (Undergraduate, UIN Raden Intan Lampung, 2019), <http://repository.radenintan.ac.id/8398/>.

2. Muhammad Rialdi Pratama melakukan penelitian yang berjudul "Komunikasi Dakwah Dalam Film 99 Cahaya di Langit Eropa" di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin pada tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pesan dakwah yang terkandung dan berbagai bentuk komunikasi yang digunakan dalam film tersebut. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan representasi tentang bentuk komunikasi dakwah dan pesan dakwah tentang menjadi seorang Muslim yang baik, beradaptasi dengan lingkungan baru sebagai Muslim, dan prinsip toleransi terhadap non-Muslim.
3. Durohtun Nasukha dengan judul "Penyampaian Pesan Komunikasi Dakwah Dalam Film Surga Yang Tak Dirindukan". Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2019.⁹ Penelitian ini bertujuan untuk memahami analisis Roland Barthes terhadap tingkat denotasi, konotasi, dan mitos dalam film "Surga Yang Tak Dirindukan", serta untuk mengungkap pesan dakwah yang terkandung di dalamnya. Pendekatan analisis yang digunakan adalah semiotika Roland Barthes, dengan fokus pada dua tingkat signifikansi, yaitu denotasi dan konotasi. Penelitian ini juga mengidentifikasi penanda (signifier) dan pertanda (signified) dalam menganalisis konotasi pada kedua tingkatan, serta mengeksplorasi makna mitos dalam konteks semiotika film. Metode

⁹ Durohtun Nasukoh, "Penyampaian Pesan Komunikasi Dakwah Dalam Film Surga Yang Tak Dirindukan" (diploma, IAIN Ponorogo, 2019), <https://etheses.iainponorogo.ac.id/7735/>.

penelitian yang diterapkan adalah analisis semiotika yang bersifat deskriptif dan kualitatif.

4. Penelitian oleh Mochammad Hanafi dengan judul “*Model Komunikasi Dakwah Dalam Video Klip Salam ‘Alaikum - Harris Jung*”. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2016.¹⁰ Dalam penelitian ini, diteliti model komunikasi dakwah yang terdapat dalam video klip "Salam Alaikum" oleh Harris. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis data dengan constant comparative method. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis model komunikasi dakwah yang digunakan dalam video klip "Salam Alaikum". Analisis dilakukan dengan memperhatikan gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh Harris Jung, menggunakan pendekatan analisis framing.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Uyun Latifah berjudul "Komunikasi Dakwah Dalam Film Umami Aminah (Analisis Semiotik Nilai Sabar dalam Film)" dilaksanakan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2014. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami komunikasi dakwah yang terdapat dalam film Umami Aminah, serta untuk menganalisis representasi nilai sabar dalam film tersebut. Metode analisis yang digunakan adalah analisis

¹⁰ Mochammad Hanafi, “Model Komunikasi Dakwah Dalam Video Klip Salam ‘Alaikum - Harris Jung” (Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2016).

semiotika Roland Barthes, dengan pendekatan kualitatif yang menggunakan metode analisis isi (content analysis).

G. Sistematika Penulisan

Struktur penulisan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab utama, di mana setiap babnya terbagi menjadi beberapa subbab yang membahas topik secara mendetail. Untuk penjelasan yang lebih terperinci, susunan penulisan dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan Bab ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, struktur penulisan, dan tinjauan teori.

BAB II : Membahas mengenai Komunikasi Dakwah dalam film pendek produksi Teropong Community

BAB III: Dalam bab ini, penulis menjelaskan mengenai metodologi penelitian, termasuk pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, jenis data dan sumbernya, teknik pengumpulan data, analisis data, serta validitas data.

BAB IV: Pada bab ini, peneliti menyajikan hasil penelitian meliputi gambaran umum, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V: Bagian penutup, mencakup simpulan, rekomendasi untuk penelitian kedepannya, dan daftar pustaka.